



360DMP 产品手册（4.7.1 版）

2019.08（内部学习版）



目录

01

DMP产品概
况

02

DMP人群介
绍&平台使
用指南

03

商品库使用
指南

04

FAQ

01

DMP产品概况

01

数据来源

360海量用户产品数据

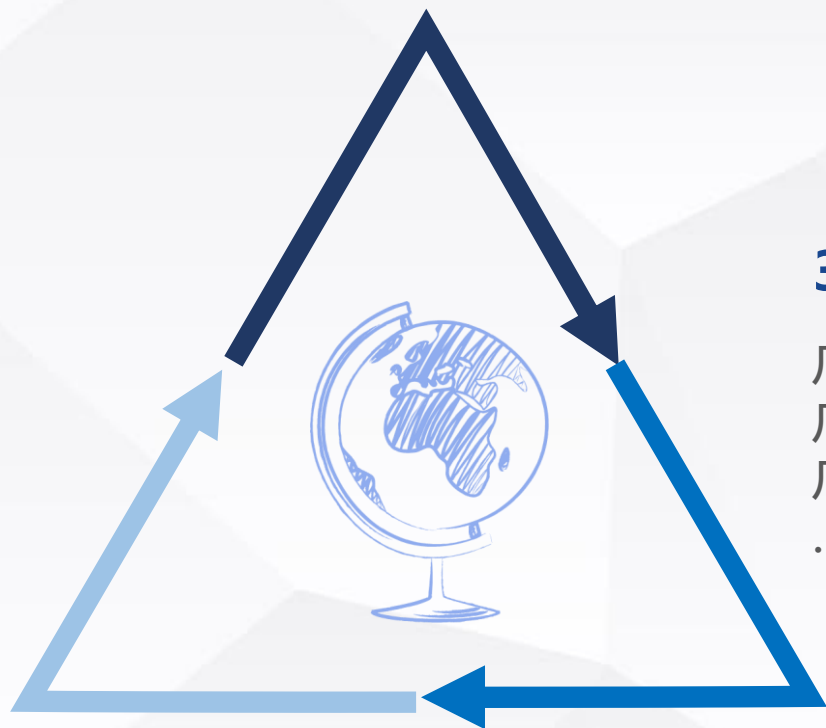
10亿手机用户
5.39亿PC用户
98.6%渗透率

360渠道投放数据

广告展现
广告点击
广告转化
...

客户自有数据

网站访客数据
移动用户数据
...



01

DMP能做什么

360 DMP汇聚多方数据源，将孤立零散的数据进行整合管理，让数据在营销推广中发挥最大的价值



人群管家 生成精准定向人群



人群扩展 扩大精准营销覆盖范围



效果分析 查看投放效果，指导账户优化



人群透视 针对已创建的人群，进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

01



DMP 入口



入口一：<http://dmp.360.cn/>
通过点睛或CRM账户联合登录

01

DMP 入口

投放管理 效果评估 **实用工具**

投放辅助

- 撞线时间查看**
查看计划、组、创意的撞线时间，并以此来调整您的计划预算与投放策略。
- 媒体屏蔽工具**
屏蔽指定媒体，被屏蔽的媒体将不再展现您的广告。
- 应用版本覆盖监控**
追踪市场最新应用版本，实时提醒版本更新，确保应用推广统计效果。

定向辅助

- 人群管家**
积累曾经访问您网站的潜在客户，针对性投放广告，将其重新引导回您的网站。
- 搜索词添加工具**
投放360手助搜索媒体包时，可线上自助添加关键词，满足定制化投放需求。

创意辅助

- 商品库**
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、商品推荐等多种形式的推广。
- 移动建站**
快速建立移动推广站点，监测站点转化数据。

入口二：移动推广
实用工具-人群管家
推广组-360人群管家

人群: --受众描述--

不限 兴趣特征 关键词 360人群管家

自定义人群 动态创意人群

人群包名	属性	状态	用户数	全选	已选择 (0项)	状态	用户数	全部清空
还没有建立适用的人群包，请前往360DMP平台创建								

前往**人群管家**中创建更多人群

01



DMP 入口

360点睛实效平台 | 展示广告 首页 我的账户 搜索推广 移动推广 展示广告

首页 投放管理 **实用工具** 效果评估 媒体橱窗

基础应用

- 聚美创意助手**
高效便捷的免费创意制作工具，覆盖互联网各种广告尺寸，超过500个创意模板，让创意从此简单。
- 转化跟踪**
您可以在此获取访客人群代码和转化回传代码。部署代码后将可以收集访客并回传后续数据。
- 360商品库**
将商品信息自动拼装成广告创意，支持个性化重定向、场景橱窗等多种广告形式的投放，帮助您提升广告投放效果。
- 达芬奇画布**
PMP用户量身打造的一款快速制作创意工具，无需任何设计经验，只需选择任意精美的模板，即可快速制作创意，将设计变得如此简单。

360 DMP
帮助您实现多方数据源的统一管理 & 整合打通，并提供丰富的维度实现人群细分，助力精准营销，提升广告效果。

入口三：展示广告
实用工具-360DMP
推广组-360人群管家

--人群定向--

人群选择： 不限人群投放 **360人群管家** 兴趣特征

普通重定向人群 个性化重定向人群 特征人群 拓展人群 已选择的人群 (0)项 [全部清空](#)

查询人群名称

360DMP [点击更新](#)

02

DMP人群介绍
&平台使用指南

02

DMP产品情况



01 数据市场

DMP数据市场为广大客户提供多类别、精细化的主题人群，更加便捷使用人群投放

The screenshot displays the 360 DMP Data Market interface. At the top, there is a navigation bar with '360 DMP' and several menu items: '数据市场', '人群管家', '人群透视', '效果分析', '帮助中心', and '联系我们'. A user greeting '您好, 点购广告测试' is on the right. Below the navigation bar, there are tabs for '移动' and 'PC'. A '我的主题人群' button with a '22' badge is in the top right. The main content area has several filter categories: '节日' (全部, 电商节, 春节), '用户意图' (全部, 金融类意图), '爱生活' (全部, 剁手族, 游戏爱好者, 旅游出行), and '财富' (全部, 消费能力, 收入水平). A '收起 ^' button is at the bottom of the filters. Below the filters, it says '共 3 个主题人群'. Three theme groups are listed: 1. '借贷人群 (银行)' with 6,000 users, description '基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有通过银行类相似借贷特征的人', and a '取消' button. 2. '借贷意向人群' with 6,000 users, description '基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有借贷意向的人群', and a '取消' button. 3. '借贷人群 (金融公司)' with 6,000 users and 2,118 interactions, description '基于360大数据, 进行策略挖掘, 近期有通过金融公司类相似借贷特征...', and a '取消' button.

- 360数据市场, 用户可在数据市场中选择PC/移动不同类型对应的高优质人群至自己账户, 并可用于广告投放。
- 数据市场根据数据内容分为一二级类目, 点击展开/收起可以查看所有的类目, 让客户更加便捷地找到所需要的人群。



借贷意向人群

8,600 | ② --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意向的人群



收藏

点击查看按钮：

- 可查看人群类型和所属的一、二级类目
- 可看到该人群当前的人群数、流量覆盖数和与之对应的网站/媒体重合度占比

借贷意向人群

人群类型：主题人群

所属一级类目：用户意图

所属二级类目：金融类意图

人群数

流量覆盖人数

2019-05-15 至 2019-05-21

下载报表

数据汇总统计



借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



收藏



借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



取消

360 DMP

数据市场

人群管家

人群透视

效果分析

帮助中心

联系我们

您好，点此广告测试

移动

PC

节日：全部 电商节 春节

用户意图：全部 金融类意图

爱生活：全部 剁手族 游戏爱好者 旅游出行

展开

借贷人群（银行）

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有通过银行类相似借贷特征的人...



取消

借贷意向人群

⌕ 6,000 | 🌐 --

基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群



取消

已选择主题人群

人群名称	量群	操作
借贷意向人群	量群：6,000	取消
人群4	量群：0	取消
人群2	量群：0	取消
借贷人群（银行）	量群：6,000	取消

共 23 个主题人群

查看详情

点击收藏按钮：

- 表示将该主题人群添加到人群管家中，可在右侧看到所收藏的人群，同时该人群也展示在了人群管家的主题人群中。

点击取消按钮：

- 可实时取消人群，但当人群已经关联了点睛推广组进行广告投放时，人群不可取消，只有在点睛推广组中解除关联关系后才可在此处取消该人群

02

数据市场

借贷意向人群
⌕ 6,000 | 👁 --
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **收藏**



借贷意向人群
⌕ 6,000 | 👁 --
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**



360 DMP 数据市场 人群管家 人群透视 效果分析 帮助中心 联系我们 您好，点购广告测试

移动 PC

节日： 全部 电商节 春节

用户意图： 全部 **金融类意图**

爱生活： 全部 剁手族 游戏爱好者 旅游出行

展开

借贷意向人群
⌕ 6,000 | 👁 --
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有通过银行类似借贷特征的人...

 **取消**

借贷意向人群
⌕ 6,000 | 👁 --
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**

已选择主题人群

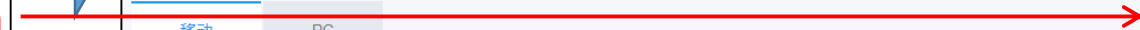
-  借贷意向人群 量群：6,000 取消
-  人群4 量群：0 取消
-  人群2 量群：0 取消
-  借贷人群（银行） 量群：6,000 取消

共 23 个主题人群

查看详情

借贷意向人群
⌕ 6,000 | 👁 --
基于360大数据，进行策略挖掘，近期有借贷意图的人群

 **取消**



02

DMP产品情况



02 人群管家

十余种维度的人群包建立为用户提供多方位的人群创建方式



客户可自行创建的人群：
包括访问URL、搜索关键词、PC软件、移动APP、特征标签、LBS、广告点击等多种人群



DMP系统根据360大数据挖掘出符合需求的人群，以及根据客户特殊需求定制的人群



可将某客户账号下人群一键分享给另一客户，需保证两客户为同一主体公司



由DMP打造的数据市场，为客户提供全方位、多类别的主题人群，客户通过在数据市场选择适合自己的人群进行投放

01

PART

自定义人群

自定义人群是客户可以直接操作并创建的人群，包括通过URL、关键词、PC软件、移动APP、特征标签、地理位置和广告点击的人群

02



人群管家-自定义人群一览表

访问URL人群

PC软件人群

移动APP人群

LBS人群

搜索关键词
人群

广告点击人群

广告转化人群

文件上传人群

API上传人群

特征标签人群

人群组合

温馨提示：21：00之后新建的DMP人群无法在次日用于广告投放

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告 (跨屏) ?

访问行为

+ 添加行为 ?

1 访问过 模糊匹配 URL 必须包含主域, 仅限输入*代表通配符 访问次数: 1 前

数据范围

*最近: 最多支持90天... 天内, 具备如上访问行为的人群

保存人群

*人群库名称: 请输入人群库名称

保存 取消

投放产品线：

- 默认选择“PC展示广告”，如需用于移动广告投放，DMP会进行PC与移动用户的跨屏打通，可能有部分比例的数据丢失。若PC人群数较少，可能出现移动人群数为0的情况，可通过放宽人群规则解决此问题

访问行为

- **模糊匹配**：系统将为客户收集包含主域及其子域名页面的访问人群。
示例：www.game1.cn/ms/we/，系统将收集：
www.a.game1.cn/ms/we/123、
www.b.game1.cn/ms/we/456 页面的人群
- **精确匹配**：系统仅收集主域页面的访问人群。
示例：www.game1.cn/ms/we/，系统将只收集：
www.game1.cn/ms/we/123、
www.game1.cn/ms/we/567 页面的人群
- **多条件组合关系说明**：多条件组合关系说明：“和”关系最多可添加5个，“或”关系最多可添加20个，“未访问过”条件只能以“和”关系组合



自定义人群-PC软件人群

基于用户电脑中是否安装某些软件创建规则收集人群

- 系统罗列出软件安装列表，在输入框中选择需要添加的PC软件，保存即可

投放产品线

PC展示广告 移动广告(跨屏)

软件安装列表

输入要搜索的内容

- Snow Viewer
- 商店会员进销存软件
- TQ在线客服
- WPS Office
- HP LaserJet Pro M402-M403
- SuperJPG
- 奇迹暖暖电脑版

已添加 0 个(最多可添加200个)

软件组合关系: "或"关系 "和"关系

数据范围

*最近: 天内, 安装过如上PC软件的人群

保存人群

*人群库名称:

02

自定义人群-移动APP人群

基于用户移动设备中是否下载/安装某些APP创建规则收集人群

当选择限定APP为“我推广的APP”时：

- APP条件类型包括：“下载未安装”、“安装未激活”、“已激活”、“已安装”
- 当选择为“已激活”时，可以支持频次限定，频次天数应<收集天数



限定APP范围

我推广的APP 全部APP

APP规则

规则一

输入要搜索的内容

- 有声故事屋
- Used Cars Malaysia
- 跟我说
- 手绘画板
- 行政端管理
- 聚龙潭景区
- Jaworzno旅游
- Speaker In Calls

已添加 0 个(最多可添加100个) 全部清空

APP条件类型 **已激活**

软件组合关系: "或"关系 "和"关系

并且 [新增一条规则](#)

数据范围

*最近: 最多支持180天 天内, 有 **需小于最近天数** 天以上打开如上App人群

限定APP范围

我推广的APP 全部APP

APP规则

我推广的APP: 360浏览器

APP条件类型: **已激活**

数据范围

*最近: 最多支持180天 天内, 有 **需小于最近天数** 天以上打开如上App人群

当选择限定APP“全部APP”时：

- APP条件类型包括：“已下载”、“已安装”、“已激活”
- 人群量级：“已下载” > “已安装” > “已激活”
- 当选择为“已激活”时，可以支持频次限定，频次天数应<收集天数





- **适合客户**：受众的特征比较明确，适合快消、餐饮等
- **数据来源**：360地图
- **位置定位**：搜索，标记，批量输入地址

人群包括：

- 在这里居住/工作的人：过去30天内出现在此区域15天及以上的人
- 到这里旅行的人：7天前不在此区域（最长回溯30天），但过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近7天这里的所有人：过去7天内出现在此区域1次及以上的人
- 近30天这里的所有人：过去30天内出现在此区域1次及以上的

02

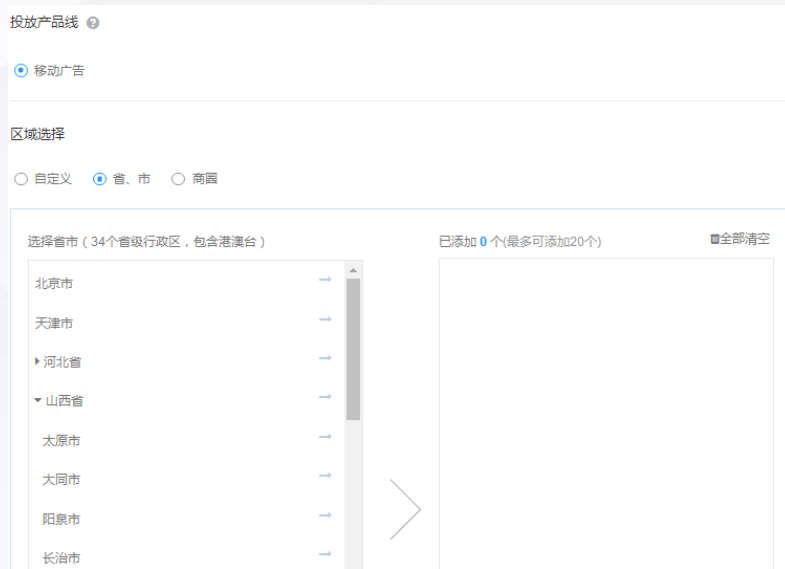


自定义人群-LBS人群

基于用户的行为足迹创建规则收集人群

当选择“自定义”时：

- 可通过搜索位置，标记位置和批量输入地址来完成定位
- 区域可选范围在0.1-5公里不等
- 输入地址个数上线为500



当选择“省，市”时：

- 可以以省-市为单位进行地域选择



当选择“商圈”时：

- 可以选择不同省市的商圈



自定义人群-搜索关键词人群

基于用户搜索关键词的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告 ?

搜索行为

检测到您的帐号在投放点睛搜索广告，您可以将点睛搜索广告中投放的关键词同步过来

选择一个推广组：

一键同步

精确匹配 ? 短语匹配 ? 广泛匹配 ?

1

! 每行输入一个搜索词，每个搜索词在2~40个字符之间，精确，短语和广泛匹配均可最多输入5000个关键词。



精确匹配：仅当用户搜索内容与关键词完全一样时才可以匹配

- 示例：关键词“女装”，仅当用户搜索女装时匹配，女装热卖不可匹配



短语匹配：包含精确匹配，同时包含该关键词及该关键词插入颠倒形态的短语，并支持同义词匹配

- 示例：关键词“培训”，搜索“英语培训”、“教育培训”时均可匹配



广泛匹配：多形式捕获更多人群

- 示例：关键词鲜花快递
 - 同义近义词：“鲜花速递”
 - 相关词：北京鲜花快运，同城鲜花速递
 - 变体形式：鲜花 快递，北京 快递 鲜花（空格、语序颠倒等）
 - 完全包含关键词的短语：情人节 鲜花快递（语序不能颠倒）

02



自定义人群-搜索关键词人群

基于用户搜索关键词的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告 ?

搜索行为

检测到您的帐号在投放点睛搜索广告，您可以将点睛搜索广告中投放的关键词同步过来

选择一个推广组：

一键同步

精确匹配 ? 短语匹配 ? 广泛匹配 ?

1

- 当选择为“PC展示广告”，且系统检测到帐号在投放点睛搜索广告时，可一键同步推广组中的关键词；并可通过精确/短语/广泛匹配输入关键词
- 最多可输入5000个关键词

- 当选择为“移动广告”，且系统检测到帐号在点睛移动广告中提交过推广app，系统会据此生成智能推荐词包，可一键导入；并可通过精确/广泛输入关键词
- 最多可输入5000个关键词

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告 ?

搜索行为

精确匹配 ? 广泛匹配 ?

检测到您已经在点睛移动广告中提交过推广app，系统据此为您生成了智能推荐词包，您可以：

一键导入词包

1

02

自定义人群-广告点击人群

基于用户是否点击过点睛广告的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

数据范围

* 最近: 天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

* 人群库名称:

添加推广活动

营销平台: 点睛搜索广告 点睛展示广告

选择维度

不限 推广计划

数据范围

* 最近:

保存人群

* 人群库名称:

输入要搜索的内容

推广计划列表

- 360自有DSP功能
- DSP计划需求
- 多多展示广告
- wgyceshi
- 点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...
- 点睛导入_吴比继续测试
- 点睛导入_推出去12
- 111111
- 点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...
- 360自有DSP功能11
- 360自有DSP功能1234
- 123

已选推广活动

- 3421新增的测试计划341

当选择“PC展示广告”时：

客户需在点睛搜索广告和点睛展示广告中选择所需广告计划，从而创建人群

自定义人群-广告点击人群

基于用户是否点击过点睛广告的行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

[+ 添加推广计划](#)

数据范围

* 最近: 天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

* 人群库名称:

[保存](#) [取消](#)

添加推广活动

营销平台: 点睛移动推广

输入要搜索的内容

推广计划列表

- 布尔合并_推广组高级设置_勿删改
- 布尔合并_创意_勿删改
- 布尔合并_推广组设备定向_勿删改
- 布尔合并_推广组媒体定向_勿删改
- 布尔合并_推广组地域定向_勿删改
- 布尔合并_推广组交易市场_勿删改
- 布尔合并_计划名字测试1234567...
- 布尔合并_计划投放日期_勿删改
- 布尔合并_计划投放时间段_勿删改
- 布尔合并_计划预算_勿删改
- 布尔合并_计划预算分配_勿删改
- 布尔合并_android下载_勿删改

已选推广活动 [全部清空](#)

- 布尔合并_创意_勿删改
- 布尔合并_推广组高级设置_勿删改

[确认修改](#)

当选择“移动广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的点击数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛移动广告中选择所需广告计划，从而创建人群

显示在界面的推广计划包含：当前投放的RTB+PMP、之前投放过后来被删除（60天以内）的计划；不包含当前展点消为0的计划



自定义人群-广告转化人群

基于用户在点睛平台上的广告转化行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

请至少选择一个推广计划

数据范围

* 最近: 天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

* 人群库名称:

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

数据范围

* 最近:

保存人群

* 人群库名称:

添加推广计划

营销平台: 点睛展示广告

输入要搜索的内容

选择标签

360自有DSP功能	→
DSP计划需求	→
多多展示广告	→
wgyceshi	→
点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...	→
点睛导入_吴比继续测试	→
点睛导入_推出去12	→
111111	→
点睛导入_S1*HZ-自学五月(短...	→
360自有DSP功能11	→
360自有DSP功能1234	→
123	→

已选 2 个(最多可选200个标签)

- 多多展示广告 ×
- DSP计划需求 ×

当选择“PC展示广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的转化数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛展示广告中选择所需广告计划，从而创建人群，计划上限200个

显示在界面的推广计划包含：1.有转化数据的计划；2.有回传的转化数据但在最近60天内被删除的计划



自定义人群-广告转化人群

基于用户在点睛平台上的广告转化行为创建规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

+ 添加推广计划 请至少选择一个推广计划

数据范围

* 最近: 天内, 点击过如上推广活动广告的人群

保存人群

* 人群库名称:

保存 取消

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

选择维度

不限 推广计划

数据范围

* 最近:

保存人群

* 人群库名称:

保存 取消

添加推广计划

营销平台: 点睛移动推广

输入要搜索的内容

选择标签

- 布尔合并_推广组高级设置_勿删改
- 互动广告-计划9z2
- 互动广告-计划91u
- 动态安卓测试ckl
- xuan_动态创意_勿删1
- PMP
- ckl_pmp_0227
- pmp_ckl<>
- 截图
- 移动PMP测试
- 截图屏幕屏幕
- ...

已选 2 个(最多可选200个标签) 全部清空

- xuan_动态创意_勿删1
- 互动广告-计划9z2

确认修改

当选择“移动广告”时：

搜索维度：选择“不限”，代表广告主所有推广活动的转化数据都会用来创建人群；选择“推广计划”，可在点睛移动广告中选择所需广告计划，从而创建人群，计划上限200个

显示在界面的推广计划包含：1.有转化数据的计划；2.有回传的转化数据但在最近60天内被删除的计划

可以通过文件上传人群包功能，将您的私有人群上传到DMP并同步到360点睛投放平台

数据类型

imei_MD5 imei idfa_MD5 idfa 手机号_MD5 手机号 MAC地址

导入文件

说明

- 1.支持txt和压缩成ZIP（压缩包里只能有一个txt文件）的txt文件，最大100M；
- 2.txt格式：每行一个ID, 无效数据将被系统忽略；ID支持大写及小写格式。
- 3.imei/idfa 数据上传完成后当日生效用于投放；手机号、mac地址数据上传完成后，次日生效用于投放，显示的人群数为系统匹配后的imei数量。
- 4.各数据类型说明及示例：

ID类型	规范格式	示例
imei	14位或15位数字	868331011992179
idfa	{8位数字和字母组合}-{4位}-{4位}-{12位}	68753A44-4D6F-1226-9C60-0050E4C00067
imei (idfa)_MD5	32位数字或字母	0000736f1598b1b94482b3971b5e8ccc
手机号	11位数字	1334567888
MAC地址	手机/电脑/路由器的网卡物理地址。一般为12位数字加大小写字母组合：{XX}:{XX}:{XX}:{XX}:{XX}:{XX},分隔符为“:”	00:08:22:1c:5e:fe

选择本地文件：

上传文件

文件包上传人群包

数据类型

Android : imei , imei_MD5

IOS : idfa , idfa_MD5

设备：手机号，手机号_MD5，MAC地址

文件格式说明

- 支持txt和压缩成ZIP（压缩包里只能有一个txt文件）的txt文件，最大100M；
- txt格式：每行一个ID, 无效数据将被系统忽略

注意

- mei/idfa 数据上传完成后当日生效用于投放；手机号、mac地址数据上传完成后，次日生效用于投放，显示的人群数为系统匹配后的imei数量
- 上传imei_MD5时，大小写均可

自定义人群-API上传人群

可以通过API接口人群包功能，将您的私有的人群上传到DMP并同步到360点睛投放平台



SDK代码

SDK组件帮助您更加简单、快捷地实现向360DMP的数据推送，您可以[查看代码示例](#)或者直接[下载SDK](#)



数据联调

当您按规定的数据个数准备好数据后，可以发送邮件至dmp@360.cn与我们联系，进行数据联调测试。



数据上传

如果您已经通过数据联调测试，验证数据格式无误，确定数据能够满足投放需求，可进行正式上传。

申请权限

调用360DMP的API接口上传数据需要密钥，首先请申请密钥

默认情况下API接口允许调用频次及上传数据限制为10万，如不能满足数据传输需求，请发送邮件至dmp@360.cn与我们联系

[立即申请](#)

技术文档



360DMP用户数据上传对接API文档(V0.6)



360DMP用户商品访问行为数据字典说明文档(V0.5)

API上传人群包

如客户需要对接的人群较多、规模较大、会频繁更新人群数据的时候，建议通过API对接的方式与360DMP进行数据对接

提出合作意向

商定数据对接内容并
签订数据保密协议

客户将定义好的人群
数据传递给DMP

自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告

基本属性

性别： 不限 男性 女性

年龄： 不限 年龄指定
 <19 19-24 25-34 35-49 >=50

学历： 不限 学历指定
 初中以下 高中 大学 研究生以上

消费能力： 不限 消费能力指定
 低 较低 中 较高 高

职业： 不限 职业指定
 学生 公司员工 公司经理 公务员 机构组织 个体经营 自由职业 工人 农民 文化娱乐体育行业

兴趣特征

购物兴趣

箱包 修改标签

行业兴趣

学习教育 修改标签

品牌偏好

阿尔法·罗密欧 护肤彩妆 修改标签

兴趣组合关系： "或"关系 "和"关系


- **适合客户：**受众的特征明显且集中（典型行业：游戏、母婴、电商、军事）

当选择“PC展示广告”时，

- **基本属性**包括性别、年龄、学历、消费能力和职业
- **兴趣特征**包含：
 - 购物兴趣，细分到3级标签
 - 行业兴趣，细分到2级标签
 - 品牌爱好，细分到2级标签
- **兴趣组合**关系：
 - 或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签
 - 和关系：收集到的人群需满足所有标签

自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线 

PC展示广告 移动广告

基本属性

性别： 不限 男性 女性

阶段： 不限 年龄指定 人生阶段指定

中小学生 大学生 留学 婚恋 新婚 孕产 育儿 买车 有车 家装

兴趣特征

▣ 移动应用兴趣

游戏app 

 修改标签

📍 生活达人

动漫宅 



爱宠一族 

 修改标签

🛒 购物兴趣

箱包 

 修改标签

兴趣组合关系： “或”关系  “和”关系 

当选择“移动广告”时，

- 基本属性包括：
 - 性别和阶段，阶段中年龄指定和人生阶段只能选择一个
- 兴趣特征包含：
 - 移动应用兴趣，细分到3级标签
 - 生活达人，目前只有1级标签
 - 购物兴趣，细分到3级标签
- 兴趣组合关系：
 - 或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签
 - 和关系：收集到的人群需满足所有标签

自定义人群-人群组合

对已有人群进行交并差运算得到组合人群。可用于常规定向和动态创意投放

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

投放方式 ?

常规定向 动态创意

人群组1 ?

并且

人群组2 ?

排除

人群组3 ?

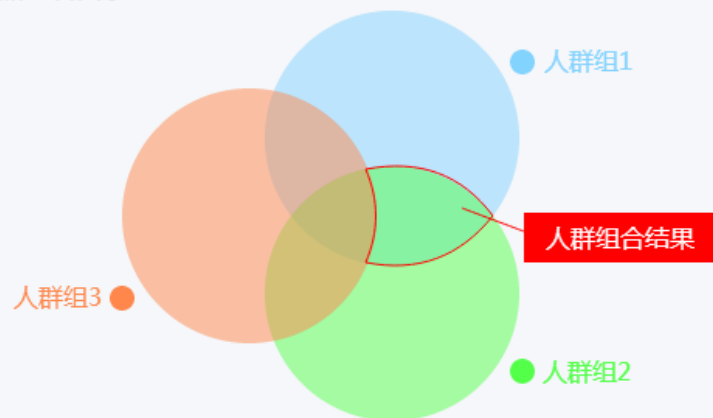
数据范围

*最近: 天内, 通过API上传的人群

保存人群

*人群库名称:

人群组合图示：



- **产品投放线：**支持PC和移动投放
- **投放方式：**支持常规定向投放和动态创意
- **人群组设置：**
 1. 用户可以设置三个人群组，同一个人群组内个人群之间为并集关系；不同人群组之间的关系为 $\text{人群组1} \cap \text{人群组2} - \text{人群组3}$
 2. 每个人群组最多可以选择五个不同的人群
 3. 当投放方式选择为动态创意时，人群组1只能添加一个人群，且所添加的人群类型只能为个性化重定向人群和API上传的私有人群
 4. 人群组1需至少添加一个人群包
 5. 符合人群组合的类型详见备注

02

PART

智能人群

DMP智能推荐人群包括系统推荐人群、个性化重定向人群、优选人群和扩展人群。是基于客户所属行业同类客户的推广经验，以及结合客户自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况定制的人群



个性化重定向人群

基于用户历史行为，分析出用户的购物兴趣和商品偏好，并从您上传的商品库中匹配用户最感兴趣的用于动态创意广告投放



扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群



优选人群

基于用户访问网站的行为，利用数据挖掘技术将高商业价值用户挖掘出来，此功能仅在网站布码的前提下生效



智能推荐人群

基于您所属行业同类客户的推广经验，结合您的推广情况为您量身定制的人群



移动
潜在
受众**适用客户**

所有客户

**数据来源**

同类APP活跃用户、近期有搜索客户APP行为但未下载的人、近期下载客户类似APP的人

**注意**

移动潜在受众只向账户中绑定了APP的广告主开放，如果账户中未绑定APP则无法生成潜在受众

**适用客户**

所有客户

**数据来源**

同类网站活跃用户、近期到达客户网站但不活跃的人、其他可能对客户网站感兴趣的人

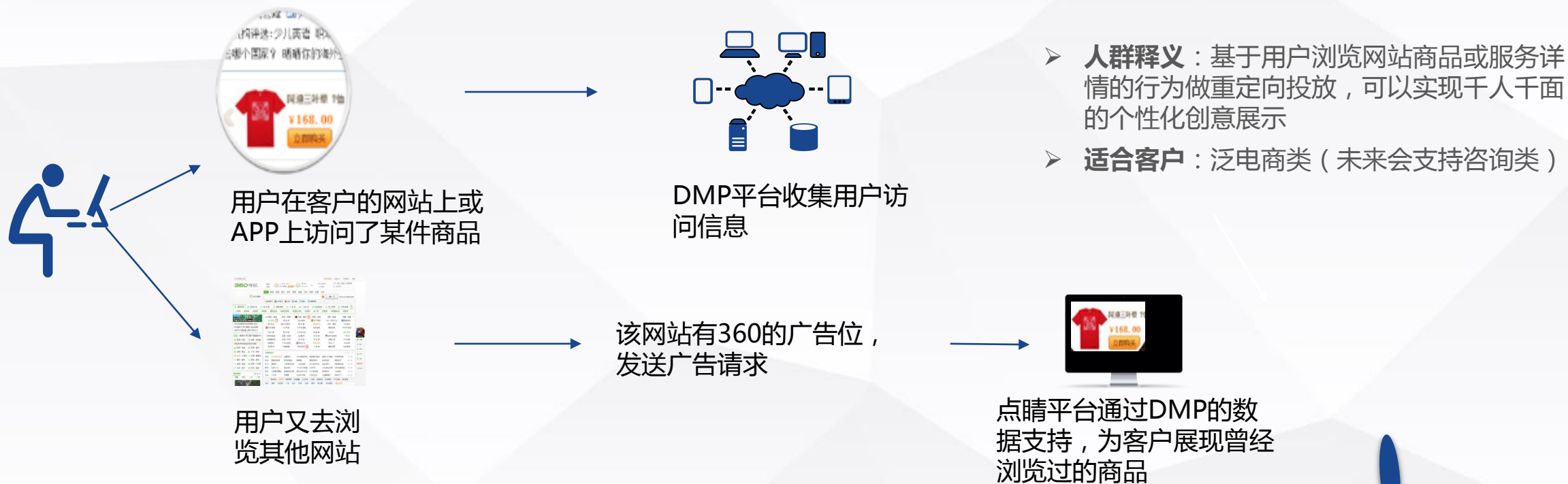
**注意**

PC潜在受众需要广告主在点睛平台中正确设置自己的主域，如果未设置主域或者设置错误可能导致无法计算人群

PC
潜在
受众

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群



数据来源：

- 广告主在自己官网等相关网站部署JS代码，通过代码回传的访问行为数据收集人群（PC）；
- 广告主将用户访问行为数据通过API接口的方式传给360 DMP（移动）；
- 广告主上传商品信息，360运用精准跨屏技术帮助广告主寻找潜在受众（移动）；

Tips：个性化重定向人群12点之前创建，次日可计算出人群数，否则需延长一天。

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

投放产品线

PC展示广告 移动广告

商品行业

电商行业

数据源选择

360分析布码数据 全网商品智能数据源

访问行为

1 访问过 模糊 URL 必须包含主域, 仅限! 访问次数: 1 网页 url 必填

访问商品类目

访问商品品牌

访问商品价格

最高价格: 元

最低价格: 元

购买意愿

不限 浏览 加入购物车

用户下单后不在向他投放已下单产品



当选择“PC展示广告”时：

- 商品行业：电商行业（后续会有扩充）
- 数据源选择【360分析布码数据】：即网站已部署360分析完整代码，利用代码回传的数据生成的人



访问行为：

- 模糊匹配：系统将为客户收集包含主域及其子域名页面的访问人群。
- 精确匹配：系统仅收集主域页面的访问人群。
- 多条件组合关系说明：“和”关系最多可添加5个，“或”关系最多可添加20个，“未访问过”条件只能以“和”关系组合



注意：（PC个性化重定向人群满足条件）

- 1.客户网站成功部署了360分析基础流量代码
- 2.客户网站成功部署了360分析商品回传代码
- 3.客户在360 DMP商品库正确上传了商品

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

商品行业

电商行业 ▼

数据源选择

360分析布码数据 ? 全网商品智能数据源 ?

数据范围

*最近: 天内, 对如上商品感兴趣的人群

保存人群

*人群库名称:



当选择“PC展示广告”时：

- 商品行业：电商行业（后续会有扩充）
- 数据源选择【全网商品智能数据源】：即根据客户商品详情页的信息，系统自动计算出访问过这些商品的人群



适用人群：

1. 针对想要使用动态创意且不能部码360分析的客户使用
2. 需上传商品库信息，且商品地址主域为大型电商网站



注意：

- 【全网商品智能数据源】需申请才能开通，请联系相应的营销顾问或代理支持
- 该人群从创建日开始收集，因此人群呈现增长趋势，到达指定时间段后，趋于平稳

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

商品行业

电商行业

数据源选择

360跨屏数据 ? API对接私有数据 ? 360全网数据 ?

商品选择

+ 添加feed (不选表示不限)

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

商品行业

电商行业

数据源选择

360跨屏数据 ? API对接私有数据 ? 360全网数据 ?

私有个性化人群数据包

4567(545898) 修改数据包

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

商品行业

电商行业

数据源选择

360跨屏数据 ? API对接私有数据 ? 360全网数据 ?

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

选择商品特征 ? : price | 商品价格 添加

当选择“移动广告”时：

➤ 商品行业包含“电商行业”、“旅游-酒店行业”、“旅游-机票行业”

三种数据源：

- 360跨屏数据：收集在PC上浏览过您的商品的用户进行人群计算。
- API对接私有数据：只使用您通过API上传的私有数据进行人群计算。
- 360全网数据：收集浏览过您同类商品的用户进行人群计算



自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

数据源选择

360跨屏数据 API对接私有数据 360全网数据

商品选择

+ 添加feed (不选表示不限)

选择商品特征

price | 商品价格

添加

人群释义 (360跨屏数据) :

- 运用360大数据帮助广告主寻找在PC上浏览过广告主PC站商品的人并将其跨屏至移动端,可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品。

适合客户 :

- 提供了商品库的客户

注意 : (若选择360跨屏数据时)

- 如需使用此功能,广告主必须上传完整的商品库,且保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面
- 如广告主的商品在PC端浏览量过小或者无浏览量,使用此功能时可能无法计算出人群。
- 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户,因此建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测:H5页面、H5页面指向的下载页、deeplink链接

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

商品选择

手动上传 **修改feed (不选表示不限)**

选择商品特征 ? : **添加**

商品价格

类目

五金/工具 **修改类目**

收藏人数

选择feed, 最多添加100个feed

选择标签 **全部清空**

已选 1 个(最多可选100个标签)

确认修改

- **商品包选择：**
手动上传-最多添加100个feed，可选的标签来自于已对接的商品库
- **选择商品特征：**
 - 1.可选择添加商品特征条件，最多可添加5条。
 - 2.不添加商品特征条件表示不对商品特征做限制。
 - 3.所有商品特征之间取交集，目前最多支持添加五个商品特征。

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群

数据源选择

360跨屏数据 API对接私有数据 360全网数据

私有个性化人群数据包

4567(545898) 修改数据包

商品选择

手动上传 修改feed (不选表示不限)

选择商品特征 : category | 类目 添加

商品价格

等于 100

类目

➤ **人群释义 (API对接私有数据) :**
根据客户提供的商品库，帮客户找到移动端浏览商品的人群

➤ **适合客户 :**
提供了商品库的客户，支持电商、旅游-酒店、旅游-机票三个行业

注意：(选择API对接私有数据时)

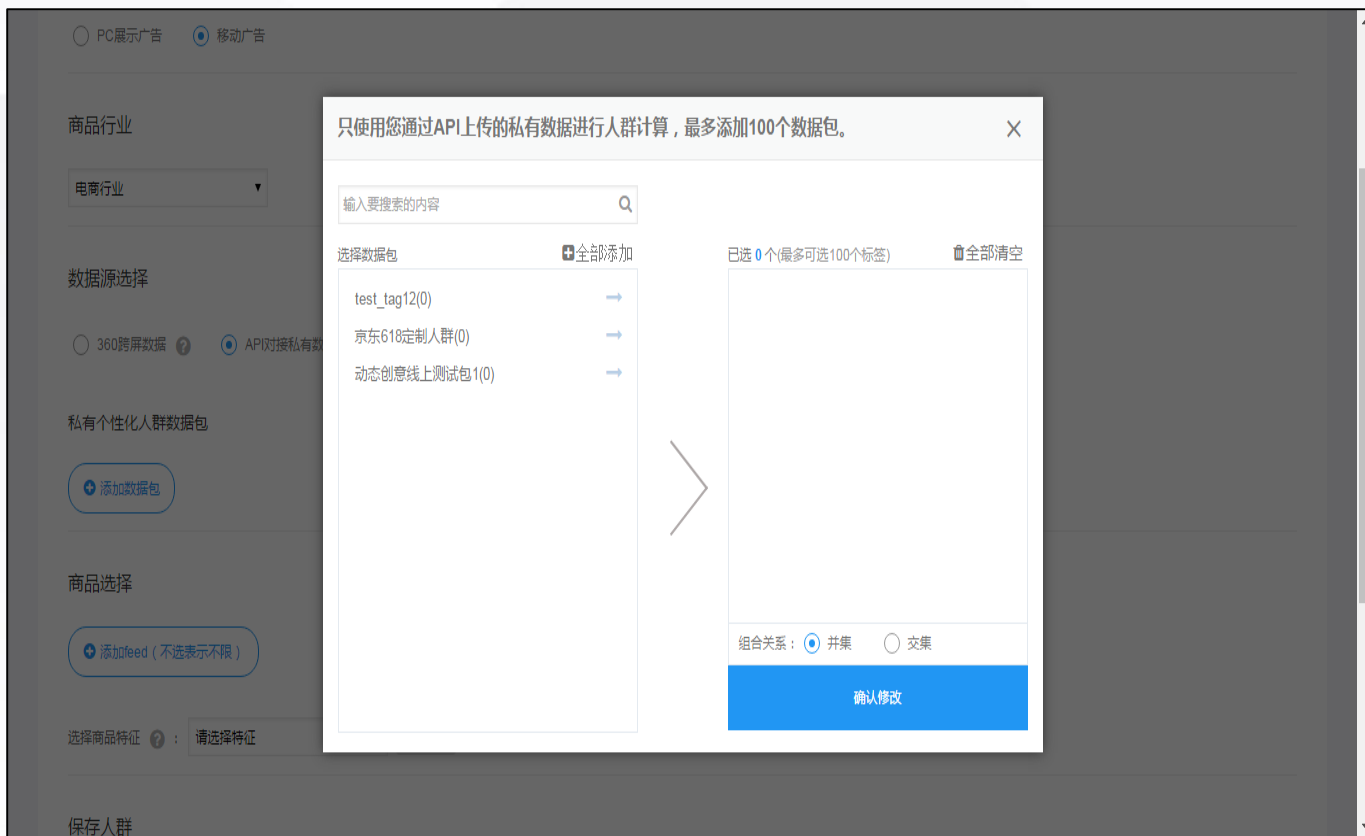
- 可根据feed来筛选商品据feed来筛选商品
- 支持选择商品的价格、库存等条件，但是请注意，如果选择库存，那么商品库信息中必须包括库存数量的字段信息

举例：广告主A只投放有库存的商品，则选择库存数量大于0

- 数据范围，最多支持60天，请填写大于1的自然数

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加购物车等行为规则收集人群



- 仅在选择数据源为“API对接私有数据”会出现选择私有个性化人群数据包的选项。
- **注意：**只有客户上传过api数据包，在标签选择栏中才会出现对应的选项，可对多个数据包取交集或者并集。

自定义人群-个性化重定向人群

基于用户对商品的访问/购买/加入购物车等行为规则收集人群

数据源选择

360跨屏数据 API对接私有数据 360全网数据

商品选择

手动上传

选择商品特征 : brand | 品牌

商品价格

等于 100

人群释义 (360全网数据) :

- 运用360大数据帮助广告主寻找在PC上浏览过与广告主商品库中同类商品的人，并将其跨屏至移动端，可通过360移动流量向其展现广告主的对应商品

适合客户 :

- 提供了商品库的客户

注意 : (选择360全网数据时)

- 如需使用此功能，广告主必须上传完整的商品库，且保证商品库中有PC商品地址、移动deeplink链接和H5页面
- 此功能会找到一些尚未安装广告主APP的用户，因此建议提前告知广告主需做好如下渠道的监测：H5页面、H5页面指向的下载页、deeplink链接
- 扩展后人群规模较大，对于安装量较小的电商客户来说效果可能不如仅跨屏。

02



自定义人群-扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群，扩展人群上限30个

投放产品线

PC展示广告 移动广告

选定种子人群

已选择: feature_061711

请输入人群名称进行搜索

人群名称	人群类型	人群规模	操作
crowd_type = 14 sign=2	智能推荐人群	5,000	<input type="radio"/>
您的潜在受众-PC	智能推荐人群	50,000	<input type="radio"/>
默认访问过网站的人群	智能推荐人群	6,000	<input type="radio"/>
crowd_type = 14 sign=6	智能推荐人群	5,000	<input type="radio"/>
测试扩展人群--16	智能推荐人群	5,000	<input type="radio"/>
feature_061711	特征标签人群	5,500	<input checked="" type="radio"/>
访问URL人群-0625	访问URL人群	6,000	<input type="radio"/>

共23条

是否包含种子人群

是 否

设置扩展人数

推荐扩展量级: 300万 ~ 500万

300万

0万 1000万 2000万 3000万 4000万 5000

当选择为PC展示广告时：

- 种子人群规模需在5000~1000万人之间才能扩展。
- 现阶段最多支持创建30个扩展人群（投放线包括PC和移动，状态包括暂停和生效）。
- 所有可扩展的人群将以列表的展现，每次扩展只能选择一个人群，当90天的【全部转化人群】>5000，列表中自动显示，无需客户创建。
- 系统会根据目前种子人群推荐扩展量级，且光标会自动停留到建议量级处。

Tips：如果已创建完成的扩展人群种子规模不足5000时，此人群仍可继续投放，但点击进入编辑页面，保存人群时弹窗会提示“种子规模不足5000，无法保存人群”

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群

投放产品线 🔍

PC展示广告 移动广告

选定种子人群 🔍

已选择: imei

请输入人群名称进行搜索

人群名称	人群类型	人群规模	操作
imei	文件上传人群	777,777	<input checked="" type="radio"/>
idfa	文件上传人群	50,000	<input type="radio"/>
广告转化人群-移动	广告转化人群	6,000	<input type="radio"/>
测试手机md5	文件上传人群	50,000	<input type="radio"/>
mac地址	文件上传人群	6,000	<input type="radio"/>
移动人群等于5000	访问URL人群	5,000	<input type="radio"/>
移动人群大于5000	访问URL人群	5,001	<input type="radio"/>

共22条

是否包含种子人群

是 否

设置扩展人数 🔍

推荐扩展量级: 1000万~1500万

1000万

0万 1000万 2000万 3000万 4000万 5000万

当选择为移动广告时：

- 支持的种子人群类型：文件上传人群和广告转化人群；
- 所有可扩展的人群将以列表的展现，每次扩展只能选择一个人群，当90天的【全部转化人群】>5000，列表中自动显示，无需客户创建
- 系统会根据目前种子人群推荐扩展量级，且光标会自动停留到建议量级处。

是否包含种子人群：

- 是：扩展出来的人群包含种子人群，建议拉活客户选择
- 否：扩展出来的人群排除种子人群，建议拉新客户使用

Tips：当用户选择“包含种子”进行扩展时，若设置的扩展人群低于种子量级，点击保存按钮，会弹出弹窗提示“包含种子扩展时，量级不得低于种子量级”

自定义人群-扩展人群

基于种子用户的一些共性特征，利用数据挖掘技术找到全网具有相似特征的人群

自定义人群 智能人群 共享人群

Tips: 小贴士：DMP智能推荐人群是基于您所属行业同类客户的推广经验，以及结合您自身账户推广过的广告落地页、关键词、APP等情况为您量身定制的高价值目标受众。

智能人群 ? 扩展人群 全部人群状态 查询人群名称或人群ID 查询

人群ID	人群名称	人群类型	人群数	流量覆盖人数 ?	编辑时间 ?	数据更新时间	数据计算状态	操作
1975565	lmh扩展人群测试	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-10 15:32:01	2018-12-10	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975549	vdfd	扩展人群	PC: -- 移动: 888	PC: -- 移动: --	2018-11-07 10:42:03	--	计算完成	📄 📊 🗑️ ▶️
1975548	ocpc放大放大	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-11-08 11:28:07	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975547	没回家	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-13 15:49:30	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975546	过分过分	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-17 16:01:46	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975545	5555	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-17 14:52:04	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975543	333	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-17 14:52:04	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975536	ocpc	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-17 14:52:06	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975535	dldf	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-12-17 14:52:07	--	待计算	📄 📊 🗑️ ▶️
1975534	33333	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-10-23 11:09:26	--	计算中...	📄 📊 🗑️ ⏸️
1975533	推荐就链接连接	扩展人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2018-10-23 11:09:26	--	计算失败 ?	📄 📊 🗑️ ⏸️

- 如果扩展的人群在计算时，出现了失败的情况，页面中会显示任务进程为“计算失败”，且右侧出现“小问号”图标，鼠标悬停在小问号处，出现提示小气泡，气泡内文案为“可能是由于您的种子数量与线上流量匹配不足导致计算失败，如果此前人群已关联线上投放，则线上仍以之前计算成功的人群为准”

自定义人群-特征标签人群

基于用户的基本属性如性别、年龄，以及兴趣爱好，例如购物兴趣、移动APP兴趣等标签规则收集人群

投放产品线 ?

PC展示广告 移动广告

基本属性

性别: 不限 男性 女性

阶段: 不限 年龄指定 人生阶段指定

<19 19-24 25-34 35-49 >=50

兴趣特征

移动应用兴趣

游戏app

生活达人

动漫宅

购物兴趣

母婴用品 手表首饰


兴趣组合关系: "或"关系 ? "和"关系 ?

当选择“移动广告”时，

- **基本属性包括：**
性别和阶段，阶段中年龄指定和人生阶段只能选择一个
- **兴趣特征包含：**
移动应用兴趣，细分到3级标签
生活达人，目前只有1级标签
购物兴趣，细分到3级标签
- **兴趣组合关系：**
或关系：收集到的人群只需满足其中一个标签
和关系：收集到的人群需满足所有标签

自定义人群-优选人群

基于用户的访问、购买、加购物车等一系列行为，利用数据挖掘技术将高商业价值用户挖掘出来，用于广告定向投放

投放产品线 

展示广告

定向类型

常规定向 个性化重定向

人群规模

* 人群规模比例： % (请输入1-50之间的数值，建议是20)

保存人群

* 人群库名称：

保存

取消

- **投放产品线**：目前仅支持PC展示广告的投放。
- **定向类型**：
 - 分为常规定向：指人群只能用来投放常规广告（非动态创意广告）
 - 个性化重定向：指人群只能用来投放动态创意广告。
- **人群规模比例**：指根据算法计算出的高意向度人群，只可输入1-50之间的数值，建议是20。
- **计算时间**：该人群从创建日开始收集，因此人群呈现增长趋势，到达指定时间段后，趋于平稳；人均数据2天后计算完成，如今天创建人群，后天完成计算

Tips：此功能仅在网站布码的前提下生效

02

人群管家-共享人群

03

PART

共享人群

此人群是DMP账号间的共享人群，来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作

自定义人群-共享人群

来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作

自定义人群

智能人群

共享人群

主题人群

Tips:

小贴士：DMP账号间的人群共享，来自其他账号的共享人群可用于本账号的广告定向投放，但不支持在本账号中进行编辑和删除操作。

全部人群类型

全部人群状态

查询人群名称或人群ID

查询

人群ID	人群名称	共享来源	人群类型	人群数	流量覆盖人数	操作
1234568184	搜索关键词人群_1	dmp广告测试	搜索关键词人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975453	test_del_group_扩展	dmp广告测试	扩展人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975451	动态创意	dmp广告测试	人群组合	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975450	覆盖	dmp广告测试	人群组合	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 
1975427	搜索关键词	dmp广告测试	搜索关键词人群	PC : - 移动 : -	PC : - 移动 : -	 

- 共享账户之前需要提供两个共享账户属于同一主体公司的截图证明，然后通过邮件申请账户共享，邮件中需注明：共享账户ID和被共享账户ID



04

PART

主题人群

主题人群呈现客户在数据市场中收藏的人群，是DMP为客户提供的分行业、分类别的优质人群。

自定义人群	智能人群	共享人群	主题人群				
更多人群				<input type="text" value="查询人群名称或人群ID"/>			
人群ID	人群名称	一级类目	二级类目	人群数	流量覆盖人数	操作	
1975346	信贷意向人群	用户意图	金融类意图	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1234568175	人群4	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1234568173	人群2	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1975347	信贷人群 (银行)	用户意图	金融类意图	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1234568180	人群10	节日	春节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1234568177	人群6	节日	电商节	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		
1234568182	移动APP人群_1	爱生活	剁手族	PC : 0 移动 : 0	PC : 0 移动 : 0		

- 主题人群来自客户在数据市场中收藏的人群，包含人群名称、人群id、人群所属一级类目、二级类目、人群数、流量覆盖数等
- 用户可以在此处删除不需要的人群，但如果该人群已关联推广组并处于投放状态，则不可删除该人群，需在点睛推广组中取消人群的关联才可在进行删除操作

自定义人群

智能人群

共享人群

主题人群

Tips:

小贴士：DMP全面整合客户第一方数据源与360行为链大数据，提供丰富的行为规则，客户可根据投放需要自定义规则生成人群并用于广告定向投放。

自定义人群



全部人群类型

全部人群状态

查询人群名称或人群ID

查询

人群ID	人群名称	人群类型	人群数	流量覆盖人数	编辑时间	数据更新时间	数据计算状态	操作
1234568689	广告转化人群-mb	广告转化人群	PC: -- 移动: 6,000	PC: -- 移动: --	2019-06-27 15:15...	--	计算完成	扩展
1234568688	广告转化人群-PC	广告转化人群	PC: 6,000 移动: --	PC: -- 移动: --	2019-06-27 15:15...	--	计算完成	扩展
1234568687	test7777	移动APP人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2019-08-22 10:00...	--	待计算	
1234568685	test12335	移动APP人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2019-08-22 09:57...	--	待计算	
1234568684	11111111111	PC软件人群	PC: -- 移动: --	PC: -- 移动: --	2019-08-22 09:46...	--	待计算	

- 人群数：不同投放端的人群数量，当日21:00前上传的人群量级会在次日凌晨一两点左右计算完成。
- 流量覆盖人数：指昨日流量覆盖的人群数，当日21:00前上传的人群，会在次日早上11点左右计算完成。
- 状态：当人群超过15天未被用于投放后，系统会自动暂停对数据的更新。
- 删除人群：点击删除，可删除此人群，如此时线上已关联此人群进行投放，则当天（截止次日数据更新时间）投放仍然生效，自次日起，无法投放。
- 默认自定义人群上限个数为150，如果需扩大人群上限，请联系相应的营销顾问或代理支持。



人群数：

展示PC和移动在指定时间端内“人群数”的变化情况

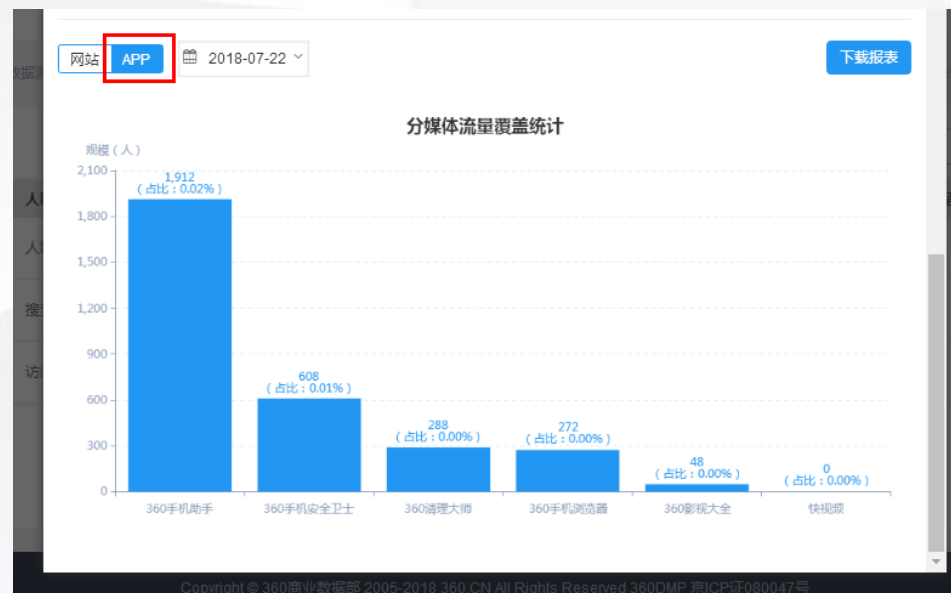
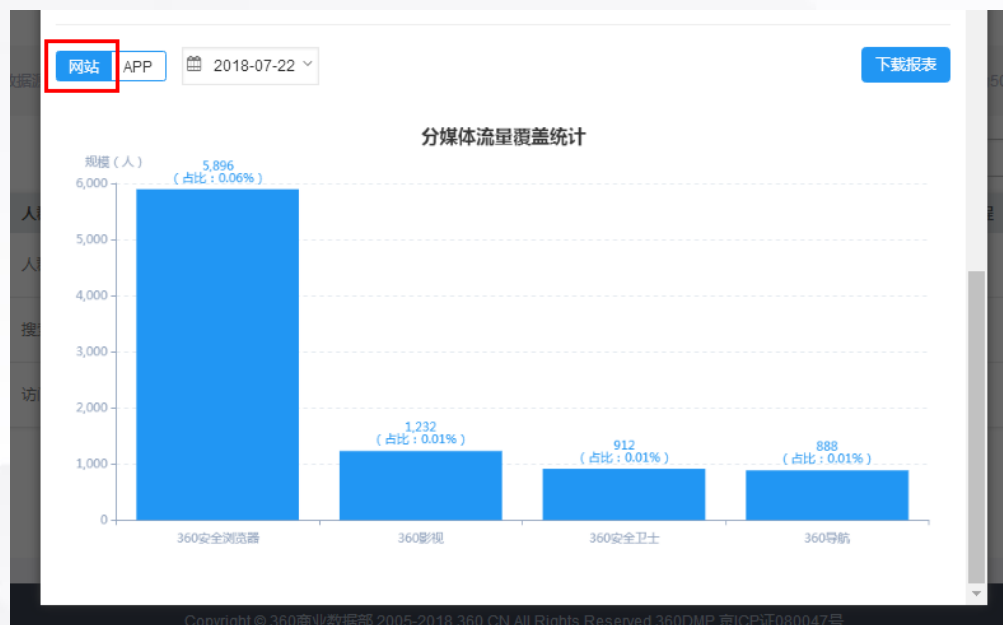


流量覆盖人数：

展示PC和移动在指定时间端内“流量覆盖人数”的变化情况

选择网站：

可查看PC端既定媒体的某一日的流量覆盖情况，PC端既定的媒体为：360导航、360影视、360安全浏览器、360安全卫士



选择APP：

可查看移动端既定媒体的某一日的流量覆盖情况，移动端既定的媒体为：360手机助手、360手机安全卫士、360手机浏览器、360影视大全、360清理大师、快视频

02

DMP产品情况



03 人群透视

通过选择一个人群包进行查看，可以详细了解该人群的相关特征分布，为投放提供有效指导

360 DMP可针对已创建的人群进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

新建透视报告

01

选择透视人群

02

自定义报告名称

03

保存

04

人群选择

已选择：游戏行业人群包-核心人群1

请输入人群名称进行搜索

人群名称	数据源	人群规模	操作
游戏行业人群包-核心人群1	移动端	3000557	<input checked="" type="radio"/>
游戏行业人群包-核心人群2	移动端	7000162	<input type="radio"/>
游戏行业人群包-潜在人群	移动端	10000221	<input type="radio"/>
金融行业人群包-潜在人群	移动端	5211255	<input type="radio"/>
金融行业人群包-潜在人群	移动端	5211255	<input type="radio"/>
金融行业人群包-核心人群	移动端	2633267	<input type="radio"/>
金融行业人群包-核心人群	移动端	2633267	<input type="radio"/>
资讯行业人群包-核心人群	移动端	7001011	<input type="radio"/>

共 52 条

注：人群透视分析需要人群满足一定的规模才能够产出结果，规模在一万以下的人群不在可分析的列表中

自定义人群-人群透视报告

360 DMP可针对已创建的人群进行透视分析，洞察人群基本属性、兴趣偏好等特征的分布情况

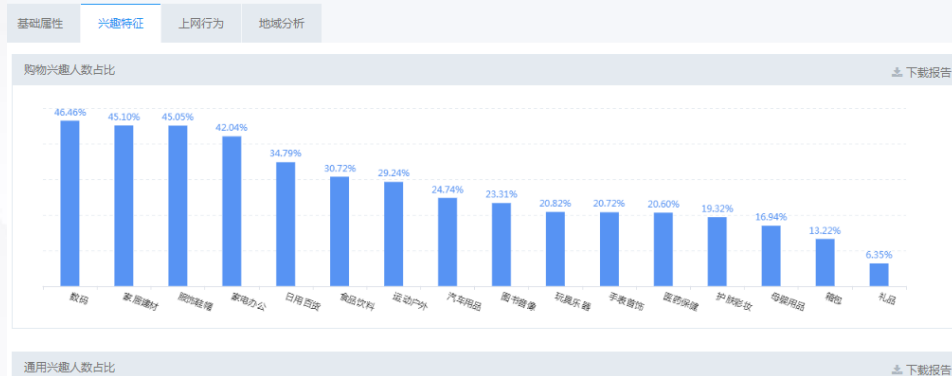
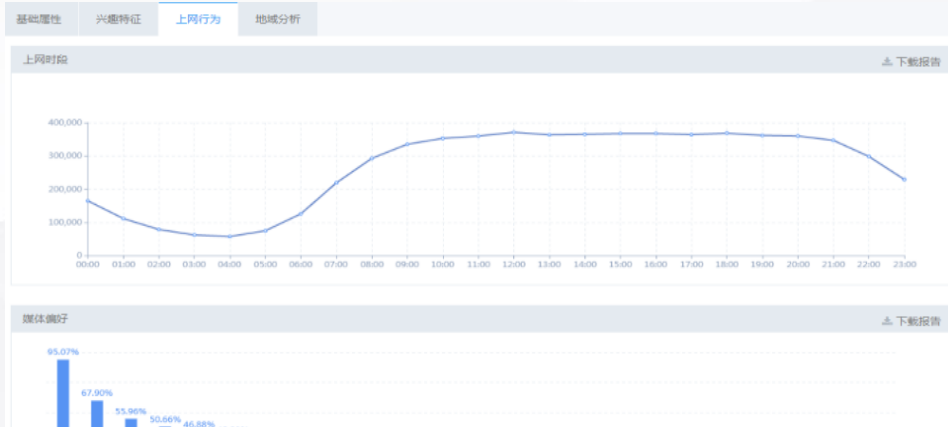


基础属性

性别占比，年龄占比，学历占比，购买力占比

上网行为

上网时段，媒体偏好，搜索词及排名。

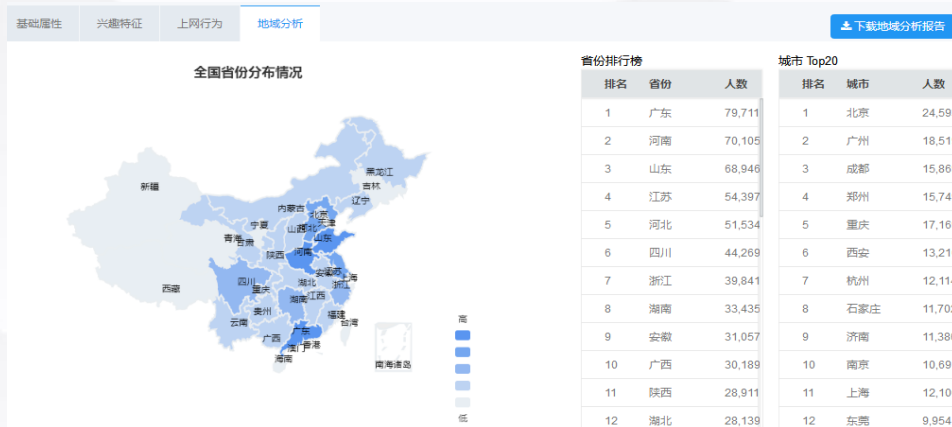


兴趣特征

购物兴趣人数占比，通用兴趣人数占比，移动APP兴趣占比

地域分析

全国省份分布图，省份排行榜，城市Top20



01

02

03

04

02

DMP产品情况



04 效果分析

可查看投放不同人群包投放的效果，多维度的分析可以有效的帮助用户精准定位投放人群

自定义人群-效果分析

DMP平台可统计人群的实际投放效果，此处统计的投放数据及转化数据，是以人群维度计算的



- 在线图表：选择某一个人群后，可选择时间区间及不同的维度进行数据分析。
- 默认的维度包含：展现量、点击量、点击率、花费、CPM、CPC；
- 自定义指标包含：下载数、下载率、安装数、安装率、激活数、激活率、激活成本

Tips：选择展示广告，自定义分析指标时，必须在客户的网站部署360分析代码才能统计

DMP平台可统计人群的实际投放效果，此处统计的投放数据及转化数据，是以人群维度计算的

➤ 离线分析：

客户可以根据需要，指定要分析的指标，下载特定时间段的分日明细数据，便于做线下的数据分析、报表

➤ 选择的指标包括：

- ① 投放指标，包含二级指标
- ② 网页转化指标，包含二级指标
- ③ 移动应用转化指标，包含二级指标

在线图表
离线分析

Tips:
您可以根据需要，指定要分析的指标，下载特定时间段的分日明细数据，便于您做线下的数据分析、报表等。

选择时间

昨天
 最近七天
 自定义 2018-07-24 至 2018-07-24

选择指标

全部清空
 全部选择

投放指标：
 展现量
 点击量
 点击率
 花费
 CPC

CPM

网页转化指标
 到达数
 到达率
 跳失率
 订单数
 订单额

移动应用转化指标：
 ROI
 注册数
 注册成本
 注册转化率

代码部署

下载数
 下载率
 安装数
 安装率
 激活数

激活成本

在线图表
离线分析

+ 新建报表

创建时间	数据时间段	数据指标	任务进程	操作
2018-08-11 15:43:16	2018-08-04 至 2018-08-10	展现量,到达数,ROI,下载数,激活率	未计算	⬇️ 下载报告
2018-05-29 16:49:30	2018-05-22 至 2018-05-28	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM,...	未计算	⬇️ 下载报告
2018-05-28 15:34:00	2018-05-27 至 2018-05-27	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM,...	计算完成	⬇️ 下载报告
2018-02-26 18:01:54	2017-11-28 至 2018-02-25	展现量	计算完成	⬇️ 下载报告
2018-01-29 11:30:27	2018-01-28 至 2018-01-28	展现量,点击量,点击率,花费,CPC,CPM	计算完成	⬇️ 下载报告
2017-09-11 17:11:21	2017-09-10 至 2017-09-10	点击率,花费	计算完成	⬇️ 下载报告
2017-08-30 11:49:23	2017-08-23 至 2017-08-29	下载数,下载率,安装数,安装率,激活数,...	计算完成	⬇️ 下载报告

03

DMP商品库
使用指南



商品管理

360商品库是一站式的商品对接、存储、管理优化和输出应用平台。为广告主在展示、搜索流量投放广告时提供商品物料，便于您在广告投放时展示更加丰富的商品信息，对受众群进行商品推广。

360 商品库

商品管理

商品包

数据对接说明

您好, 点睛广告测试 ▾

您的商品库中已有商品文件: 36 个, 总商品数量: 787,688 件。

新建商品文件

文件 ID	文件名称	上传类型	商品行业	状态	商品数	最近一次更新时间	最近一次更新情况	存量审核时间	存量审核情况	操作	
40252	批量人工审核-mx	手动商品上传	电商	🔄 处理中	0	--:--	成功: 0 报警: 0	失败: 0 审核不通过: 0	--:--	审核不通过: 0	📄 🗑️ 📊
40250	test-crm性能	自动文件对接	电商	✅ 导入成功	563,963	2019-03-25 12:03:53	成功: 543,336 报警: 573,788	失败: 0 审核不通过: 30,452	--:--	审核不通过: 0	📄 🗑️ 🔄 🔄 📊
40251	手动-描述	手动商品上传	秒杀	⌚ 待处理	0	--:--	成功: -- 报警: --	失败: -- 审核不通过: --	--:--	审核不通过: --	📄 🗑️ 📊
40249	京东-毫秒问题	自动文件对接	秒杀	✅ 导入成功	0	2019-03-20 18:55:31	成功: 1 报警: 1	失败: 0 审核不通过: 0	--:--	审核不通过: 0	📄 🗑️ 🔄 🔄 📊

- 页面上方展示商品库基本信息：

示例：您的商品库中已有商品文件：36 个，总商品中导入成功商品：787,688 件。

- 文件基础信息：

上传类型：自动文件对接/手动商品上传

状态：待处理（文件正在等待更新）；处理中（文件正在更新）；导入成功；导入失败（可通过后面的提示查看导入失败的原因）

存量审核：每两天执行一次存量商品的审核，可通过提示查看审核不通过的原因

Tips：导入失败是由于必填字段校验失败，所有信息不会更新；报警是选填字段校验失败的提示，单一字段报警不会影响其他字段更新



当选择自动文件对接时：

- **文件名称**：填写该文件名称
- **商品行业**：电商，旅游-酒店，旅游-机票，资讯，房产-租房，房产-售房，本地生活，体育直播大电商、教育行业等
- **更新类型**：
 - ① 全量文件：更新时进行全量覆盖，即删除上一次导入商品，并导入最新文件中的商品；
 - ② 增量文件更新时只会新增商品或修改原有商品信息，不会删除上一次导入的商品。
- **更新频率**：可选按小时、天、周更新，默认为按周更新。
- **文件格式**：共两种，无索引xml文件（参考行业数据标准）、有索引sitemap格式文件（<http://product.dop.360.cn/static/download/sitemap.xml>）
- **注意**：文件上传没有大小限制，但若商品超过20000条，需拆分成sitemap格式上传
- **申请方式**：请联系相应的营销顾问或代理支持

商品管理 > 新建商品文件

新建商品文件

* 文件名称：

* 商品行业：

电商行业

查看电商行业数据标准说明

* 上传类型：

手动商品上传 ?

自动文件对接 ?

* 更新类型：

全量 ?

增量 ?

* 文件地址：

* 文件格式：

无索引xml文件

有索引sitemap格式文件

* 更新频率：

每周



* 更新时间：

系统选择



系统选择

若无特别需求，请设为系统选择

保存

取消

商品管理 > 4.2-机票-文件上传

商品文件名称: 4.2-机票-文件上传

上传类型: 手动商品上传

商品行业: 旅游-机票行业

状态: 导入成功

最后完成时间: 2018-10-02 16:21:43

最后一次更新情况: 成功: 1 失败: 0 报警: 0

下载商品文件

上传商品文件

逐条手动上传

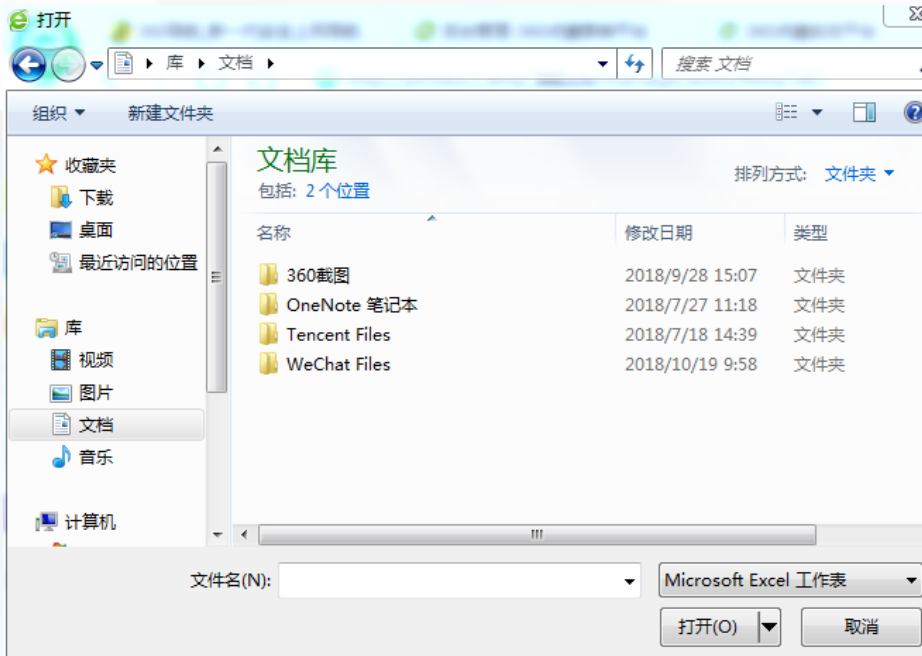
请输入商品ID

查询

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作
-------	------	---------	------	------	------	------	------	----

当选择为上传商品文件时：

- 可上传本地的XML和Excel 文件，XML不能大于50M，Excel不能大于10M（相关格式见：<http://product.dop.360.cn/fields>）
- 上传失败的原因：
 - 必填字段没有填写完整
 - 如果两个商品id相同，后上传的会覆盖前上传的商品地址和图片地址必须以Http开头



商品管理 > A2

商品文件名称: A2 上传类型: 手动商品上传 商品行业: 旅游-酒店行业

状态: 待处理 最后完成时间: -- 最后一次更新情况: 成功: -- 失败: -- 报警: --

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作

添加商品

商品id:

安卓deeplink地址:

* 商品名称:

移动端链接地址:

* 商品地址:

补充图片1:

* 商品图片:

补充图片2:

商品价格(¥): 元

补充图片3:

当选择为逐条手动上传时：

- 必填：商品名称、商品地址、商品图片（当客户商品ID为空时，系统自动为此商品生成一个唯一的商品ID）
- 注意：商品图片格式支持jpg（jpeg）、png或gif，其中jpg、png大小不超过16K，gif不超过1M；尺寸建议为200*200，可上传更大尺寸，但需保持宽高比1：1；商品URL和图片地址需以http或https开头
- 商品类目可根据广告主特征自定义一、二、三级类目名称，便于做商品包和动态创意时进行筛选
- 可添加最多5张补充图片，补充图片主要用于多图动态创意，可根据人群展现不同的创意

新建商品文件

文件 ID	文件名称	上传类型	商品行业	状态	商品数	最近一次更新时间	最近一次更新情况	存量审核时间	存量审核情况	操作	
40244	4.4.2-插队1	自动文件对接	电商	导入成功	0	2019-03-13 15:17:44	成功: 1 报警: 1 ?	失败: 0 审核不通过: 0	---:--	审核不通过: 0	    
40243	19688	自动文件对接	电商	导入成功	18,936	2019-03-13 15:17:13	成功: 19,077 报警: 0	失败: 0 审核不通过: 923 ?	---:--	审核不通过: 0	    

商品文件名称: 19688

上传类型: 自动文件对接

商品行业: 电商

状态: 导入成功

最后完成时间: 2019-03-13 15:17:13

最后一次更新情况: 成功: 19,077 失败: 0 报警: 0 审核不通过: 923 ?

商品ID 请输入信息查询

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作
558037455393	烫台海绵好质量东莞烫棉现货批发针车商行用杂色160密度有孔	17		机械及行业设备	整烫洗涤设备	整烫洗涤设备配件	 	
529812781730	深圳厂家批发GBT91DIN94开口销 (公称φ06MMφ20规格)	0.02		机械及行业设备	紧固件、连接件	销及键	 	

商品详情

商品价格 | price

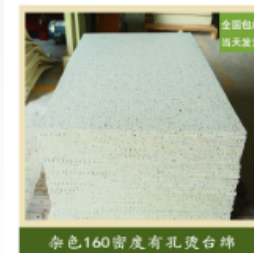
17.00

点击地址 | clickUrl

http://p4psearch.1688.com/p4p114/p4psearch/offer2.htm?keywords=%E7%83%AB%E5%8F%B0%E6%B5%B7%E7%BB%B5

图片地址 | imgUrl

https://cbu01.alicdn.com/img/ibank/2017/752/602/3797206257_244108217.400x400.jpg



品牌名称 | bName

桥枫烫绵

整烫洗涤设备配件

站点url | sellerSiteUrl

http://detailp4p.1688.com/buyer/offerdetail/558037455393.html

- 点击一个商品文件名称，可进入查看底层商品信息
- 商品信息包括：商品名称，商品id，商品价格，展示图片和类目和审核结果
- 每一个商品均能点击查看或删除，不可编辑
- 列表每页展示20条商品信息，最多展示500页
- 上传完商品后，需要过一定时间商品才能展示在前端页面（逐条上传大约30s内能展示出）

商品管理 > A2

商品文件名称: A2 上传类型: 手动商品上传 商品行业: 旅游-酒店行业

状态: 导入成功 最后完成时间: 2018-10-19 19:16:48 最后一次更新情况: 成功: 5 失败: 3 ? 报警: 0

商品 ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	审核结果	操作			
注意: 请从第5行开始写投放商品的信息, 务必保留前三行, 不可删除必填字段 (可删除选填字段, 可改写或添加自定义字段)											
商品名称 /pName	商品id/pid	商品价格 /price	pc端链接地址 /clickUrl	移动端链接地 址/mClickUrl	安卓deeplink 地址 /androidDplink	IOSdeeplink地 址/iosDplink	IOSH5地址 /iosH5	图片地址 /imgUrl	补充图片地址 1/imgUrl1	补充图片地址 2/imgUrl2	更多图片地址 3/imgUrl3
商品的名称	商品ID	商品的价格	商品pc链接地址	如投放移动, 请	安卓平台的Deep	iOS平台投放的D	iOS投放的H5地	商品图片的链接	补充图片的链接	补充图片的链接	补充图片的链接
占位符, 内容不解析											
rrrrr	6rrr66jjj	6019	http://hotels.	https://m.ctr:ctrip://wirel	ctrip://wirel	https://m.ctr:https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0
rrrrr	666jjj	6019	http://hotels.	https://m.ctr:ctrip://wirel	ctrip://wirel	https://m.ctr:https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0	https://ding0
fda	123121212		http://product.dmp.360.cn/manage/auto/feed/570					http://p6.qhimg.com/t010dde0c262ee958cb.jpg			

当选择下载商品文件时: 最多下载1000条 (若商品文件的内容大于1000条时, 随机挑选其中1000条下载), 下载的文件格式与Excel模板相同, 用户可以在下载文件的基础上编辑之后, 直接上传



商品包

商品包，即通过将商品整合到一起进行投放，商品包的行业陆续上线中



商品库中一共有 8 个商品包，还能新建 192 个商品包（上限 200 个）

我的商品包

共享商品包

Tips:

小贴士：360商品库支持用户按商品特征筛选或直接勾选商品的方式创建商品包。每个账户可以创建的商品包上限为200。

新建商品包 ?

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
11	0722_过滤	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:45:51	2019-07-21 17:45:51	3	✎ ✖ 📊
10	0722_直接	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:31:05	2019-07-22 17:40:11	5	✎ ✖ 📊
9	直接选品测试	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:28:11	2019-07-22 17:28:11	5	✎ ✖ 📊
8	test_dianshang	电商	☉ 计算完成	2019-07-22 17:26:23	2019-07-22 17:58:07	1	✎ ✖ 📊
7	test_judian	旅游-酒店	☉ 计算完成	2019-07-22 16:35:22	2019-07-22 16:35:22	1	✎ ✖ 📊
5	大电商	大电商	☉ 计算完成	2019-07-19 16:56:21	2019-07-22 16:28:52	1	✎ ✖ 📊
4	test_条件过滤	电商	☉ 计算完成	2019-07-19 16:30:44	2019-07-19 16:30:44	657	✎ ✖ 📊
1	test_ceshi	电商	☉ 计算完成	2019-07-18 15:10:06	2019-07-22 16:20:58	6	✎ ✖ 📊

共 8 条

- 商品包列表包含：商品包id，商品包名称，商品行业，状态，商品总数，创建时间，编辑时间
- 可对商品包进行编辑和删除，商品包最多可创建200个
- 计算状态主要针对按过滤条件选品而来的商品包，从【未计算】到【计算完成】的计算时间在2h以内，计算中的商品包不可投放



商品行业：电商、酒店、机票、资讯、房产、本地生活、体育直播、秒杀等

如果没有对应行业的客户请选择【电商】

选择文件：

自定义时：选择框中将出现指定行业下的商品文件，选择文件最多100个；

不限时：包含指定行业下的所有商品文件



选择商品特征：

1. 每个已添加的商品特征不能为空,且多值上限为30个

2. 不添加商品特征条件表示不对商品特征做限制。

3. 所有商品特征之间取交集，目前最多支持添加5个商品特征



添加商品

商品ID

您已添加 4 个 (最多可添加100条)

商品图片	商品名称	商品价格 (¥)	操作
	空气清新剂固体芳香...	5.88	<input type="button" value="❤"/>
	【疯狂促销40支/...	16.8	<input type="button" value="❤"/>
	正品杀虫气雾剂花卉...	9.5	<input type="button" value="❤"/>
	中码3层*360张...	23.9	<input type="button" value="❤"/>
	百草堂百消毒正品药...	11.5	<input type="button" value="❤"/>

共 10000 条 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ... 2000

添加商品：

- 可通过商品名称、商品ID、类目、品牌来进行商品筛选
- 选品的内容展示为指定行业的商品，最多展示20000条商品，最多可直接选品100条商品
- 如果筛选内容是中文，则可进行模糊搜索；如果内容是英文，必须是完全一致，才能检索出商品

商品行业

电商

选品方式

按过滤条件选品 直接选品

商品列表

已添加商品列表 (最多可添加 100 条)

商品ID	商品图片	商品名称	商品价格 (¥)	操作
264030577		【8.9元限时抢, 抢完恢复10.9元...	8.9	<input type="button" value="🗑"/>
586021245		百草堂百消毒正品药膏止痒皮肤...	11.5	<input type="button" value="🗑"/>
8531291587		正品杀虫气雾剂花卉杀虫剂喷雾...	9.5	<input type="button" value="🗑"/>
5413146221		空气清新剂固体芳香剂厕所除臭...	5.88	<input type="button" value="🗑"/>

保存商品包

* 商品包名称:

新建商品包



商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
64	SSSS	电商	未计算	2019-04-28 14:24:09	2019-04-28 14:24:09	0	  

商品包 > 编辑商品包

商品行业
电商

选品方式
 按过滤条件选品 直接选品

商品列表
[添加商品](#)

已添加商品列表 (最多可添加 100 条, 当前已添加 6 条: 状态正常 5 条, 审核拒绝 0 条, 已删除 1 条)

商品ID	商品图片	商品名称	商品价值 (¥)	商品状态	操作
15116901748	--	--	--	已删除	
16059126532		数据线一拖三安卓3a加长type...	58.62	正常	
14998936890		手机vivo充电宝oppo华为超薄可...	79.8	正常	
15849643430		vivo y71v3max/y55a/y51a/nex/y8...	9.98	正常	
11850488607		王者荣耀游戏手柄吸盘摇杆主位...	9.33	正常	
4788078485		vivo y37手机壳女款vivi Y37A保...	15.8	正常	

按过滤条件选品

商品包 > 编辑商品包

商品行业
电商

选品方式
 按过滤条件选品 直接选品

选择商品文件
 不限 自定义

添加商品特征

选择商品特征: [添加](#)

pName | 商品名称

category | 一级类目

直接选品

- 点击商品包列表的“编辑”按钮，可查看目前的选品方式。如果选品方式为直接选品，则可对已选商品进行删除，并添加新的商品；如果选品方式为按过滤条件选品，则可查看目前的过滤条件，并可对条件进行增加、删除和编辑
- 点击商品包“图表”按钮，可以查看该商品包的不同字段填充率。

新建商品包 ?

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	创建时间	编辑时间	商品总数	操作
11	0722_过滤	电商	计算完成	2019-07-22 17:45:51	2019-07-21 17:45:51	3	  
10	0722_直接	电商	计算完成	2019-07-22 17:31:05	2019-07-22 17:40:11	5	  



商品包 > 0722_直接

商品包名称: 0722_直接
状态: 计算完成

选品方式: 直接选品
计算完成时间: 2019-07-22 18:04:12

商品行业: 电商
商品总数: 5 正常: 1 审核拒绝: 2 已删除: 2

商品ID 查询

商品ID	商品名称	商品价格(¥)	商品图片	一级类目	二级类目	三级类目	商品状态	操作
0722_shoudong_05	0722_shoudong_05	--		--	--	--	正常	
0722_shoudong_04	--	--	--	--	--	--	已删除	--
0722_shoudong_03	0722_shoudong_03	--		--	--	--	审核拒绝	
0722_shoudong_02	--	--	--	--	--	--	已删除	--
0722_shoudong_01	0722_shoudong_01	--		--	--	--	审核拒绝	

查看商品包详情:

- 点击商品包名称, 进入商品包详情页面
- 商品包详情页中包含所选商品的ID、名称、价格、图片、类目、状态, 可查看, 不可编辑
- 商品状态3种: 正常、已删除、审核拒绝, 只有状态为正常的商品可投放
- 可根据商品ID, 名称, 类目查询该商品包中的商品



商品库中一共有 17 个商品包，还能新建 183 个商品包（上限 200 个）

我的商品包

共享商品包

Tips:

小贴士：商品库账号之间的商品包共享,来自其他账号的共享商品包,可用于本账号的广告投放,但不支持编辑和删除操作。

商品包ID	商品包名称	商品行业	状态	共享来源	商品总数	操作
54	test111	电商	⊙ 计算完成	霍大谷测试	1	📊
53	test_090933	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	📊
52	test_933333	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	📊
51	test_99333	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	📊
50	gaga	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	📊
49	test_93444	电商	⊙ 计算完成	骆驼祥子测试	1	📊

- 当该账户作为被共享账户接收商品包后，即可查看到被共享过来的商品包信息
- 共享的商品包信息包括：商品包ID，商品包名称，商品行业，状态，共享来源和商品总数，并可查看该商品包不同字段的填充率
- 目前商品库中可见的商品包共享仅限于移动投放
- 商品包的共享操作请联系对应的营销顾问或代理支持

04



Q&A



Q：360 DMP服务面向哪些客户开放？是否需要新注册账号？

A：目前面向全部点睛客户开放（需账户生效），直接使用点睛账号登陆即可。

Q：人群共享的条件是什么，可以把哪些人群共享到指定账户？

A：必须是同一公司主体下的账户才能共享，可以把部分智能推荐人群、全部自定义人群、全部私有人群共享到指定账户。

Q：创建完个性化重定向人群后，如何在点睛中投放动态创意？

A：首先需要在点睛中创建投放组，投放组中选择360人群管家，选择动态创意人群（即个性化重定向人群），然后在创意选项中勾选动态创意，按需填写内容



Q：360 DMP的性别、年龄、收入等标签是按照什么规则生成的？

A：PC主要是依靠用户的浏览行为（如访问军事网站的多为男性，频繁预定机票的多为高消费群体），移动主要是依靠用户的软件安装使用行为（如安装使用母婴类APP的多为孕期或者孕龄女性）。

Q：为何创建完人群后，第二天显示人群数为0？

A：情况1：人群数确实计算得到0（如设置的URL为最底层URL导致人群收集很少或者收集不到）。情况2：数据延迟，此类情况需再等一天可得人群数。

Q：申请开通个性化重定向中的全网商品智能数据源的条件是什么

A：1.无法实现部码360分析的客户。2.商品库中的商品地址主域名为大型电商网站。



Q：点睛投放中，投放组可根据兴趣特征、关键词、类目定向等筛选人群，这和DMP创建的特征标签、关键词人群等有什么区别？

A：人群筛选上没有任何区别，原理相同，不同的点在于：1.投放组直接筛选是通过实时条件对人的判断来投放，DMP是收集指定有效时间内的人群来投放。
2.DMP可以有更细的筛选条件，并可以做人群分析。。

Q：商品导入失败的原因有什么？

A：1.必填字段未填写。2.价格字段非数字。3.商品ID、名称超过200字符限制；商品名称含有\r,\n,\t,\u0001\u0002\u0003非法字符。4.商品链接url与主域不一致

Q：访问URL人群中的模糊匹配和精确匹配有什么区别

A：不论模糊/精确匹配，都会收集指定URL及其子页面的人群。区别：1.模糊匹配将会收集所有访问子域名及子页面的人群。2.精确匹配将会收集所有访问主域及子页面的人群。



Q：上传商品后，为何一直显示处理中？

A：1. 早上商品更新量巨大导致上传的商品要到中午以后才能入审核。2. 商品的点击地址和图片地址没有以HTTP或者HTTPS开头。3. 商品的图片文件过大导致无法压缩至媒体要求的大小。

Q：360 DMP的人群更新时间和流量覆盖更新时间是什么时候？

A：21点之前完成创建或更新的人群，次日12点可查看人群数，其中优选人群需后日（多一天）12点可查看人群数，流量覆盖人群数更新顺延4-8小时。

Q：创建商品包后显示未计算，从未计算到计算完成大约需要多久？

A：未计算和计算中只会出现在按过滤条件选品的商品包中，系统需要排队进行计算，大约需要2h。



THANKS !